



EL MERCAT DEL NINOT (BARCELONA)

El Mercat del Ninot está situado en la zona izquierda del barrio del Eixample de Barcelona. Los vecinos destacan que el barrio ha quedado por el momento a resguardo de la marea turística que –aun enriqueciendo la ciudad– también invade, dificulta e invisibiliza su vida social local. Por ello, el gran valor del Mercat del Ninot es que “sigue siendo de sus vecinos”.

De hecho, la compra presencial significa aproximadamente las tres cuartas partes, y es protagonizada en su mayor parte por los vecinos que habitan en su zona de influencia. Un espacio urbano en continua transformación que abarca un perímetro de un kilómetro y medio aproximadamente alrededor del mercado:

“Las zonas de influencia están calculadas en un radio de unos 600 metros aproximadamente, que corresponderían al

tiempo que tarda una persona en andar unos 10 minutos aproximadamente. Esta sería la zona oficial, pero la realidad es que el mercat del Ninot cubre un territorio más extenso, debido a que se considera uno de los mercados con más variedad de producto de calidad y con precios más competitivos que otros mercados con el mismo target, como por ejemplo el mercat de Galvany, Sarrià, etc., realmente, de la zona alta viene también bastante clientela, la mayoría con coche.

Desde que estamos en el mercado provisional, justo al lado del Hospital Clínic, realmente hemos cambiado o, mejor dicho ampliado a una clientela ocasional, producto de la visita a dicho hospital, la cual compra mayoritariamente productos que no encuentran en su localidad de origen” (señor Naval)¹.

En la actualidad, el mercado está viviendo



su segundo plan integral de remodelación. No es de extrañar, ya que el Mercat del Ninot es un mercado con una larga historia y por tanto uno de los más emblemáticos de Barcelona. Fue puesto en marcha entre los años 1892-94 con el objetivo de asegurar el abastecimiento de productos de consumo y alimentación en correctas condiciones higiénicas y sanitarias en la zona de expansión urbanística de Barcelona, el barrio del Eixample. Cuarenta años después, 1933, en tiempos de la Segunda República, el mercado se sometió a una importante primera reforma integral y arquitectónica. Este ha sido el edificio que ha llegado hasta nuestros días. En la actualidad, el Mercat del Ninot vive su segunda remodelación integral. Ochenta años desde la reforma de 1933, el mercado necesitaba una reestructuración arquitectónica, estética y comercial que lo pusiera en la vanguardia del comercio del siglo XXI. En la actualidad los comerciantes del mercado atienden a su clientela desde la carpa provisional instalada por el Institut Municipal Mercats de Barcelona (IMMB), mientras avanza los trabajos de remodelación, cuyo fin está previsto para el año 2015. En estos duros años de actividad en la carpa provisional, la clientela ha seguido siendo fiel a sus comerciantes, incluso se ha expandido a otros colectivos; lo que muestra que el mercado, más que un edificio más o menos bello y funcional, es fundamentalmente un edificio social, articulado alrededor de la complicidad que se genera entre clientes y comerciantes, todos ellos vecinos del barrio y ciudadanos de la ciudad. Esta complicidad, evidentemente, se construye y retroalimenta a través de la satisfacción de los intereses de las partes. Los intereses de los vecinos y clientes han ido transformándose desde los años ochenta del siglo pasado: menos tiempo

para comprar, cambio de la estructura familiar, cambio en los roles de género, diversificación de la demanda, oferta y competencia de otros formatos de distribución.

Hoy en día, los aproximadamente cien comerciantes del Mercat del Ninot ofrecen a sus clientes como ventajas comparativas tanto la calidad y variedad de los productos como una atención particularizada que nace de la especialización, el conocimiento y el respeto hacia los productos que manipulan diariamente:

“La relación con los productos locales o de denominación de origen, está actualmente muy patente en los mercados. El producto local es símbolo de frescor y calidad, debido en gran parte a que son productos trabajados o elaborados de forma más artesanal que industrial (explotaciones agrícolas industriales, piscifactorías, etc.), por lo que el producto local tiene una incidencia muy importante en la venta diaria de los mercados. Aun así cuando no hay producto local se busca el producto de mejor calidad, preferentemente nacional y si no extranjero. En el Mercat del Ninot los productos más importantes locales son sin duda las frutas y verduras, donde un 26% son de la comarca del Baix Llobregat, la más cercana a Barcelona (12% del total son de cosecha propia, o sea casi un 50% de la cifra anterior) un 18% del resto de Cataluña, un 39% de España y un 17% del extranjero. Estos datos fueron tomados en el mes de noviembre de 2011. En cuanto a los productos cárnicos, la entrada en la CEE ha producido una disminución del ganado vacuno y porcino autóctono (el 54,6% procede de países de la CEE), una disminución natural del producto ovino, pero este sí, es el único que en los mercados se mira la procedencia, que sea preferiblemente de Aragón y La Mancha. El ovino catalán se vende más en los mercados de origen, debido en





gran parte a su escasez” (señor Naval, op.cit). Los principales gremios del mercat del Ninot son los de frutas y verduras, pescadería fresca y carnicería. El mercado se complementa con muchos otros gremios, algunos en auge, como las charcuterías (sólo aquellos que tienen la denominación de maestros charcuteros y los que tienen elaboración propia²), otros en franco retroceso como el pescado salado o sazonado, tiendas de legumbres o alimentación envasada. Los comerciantes del Mercat del Ninot tienen como interés fundamental no solamente asegurar y mantener su futuro económico, sino también conservar un estilo de vida definido por la autonomía y la

dignidad. Autonomía a la hora de tomar sus decisiones comerciales. Dignidad, conscientes de realizar una función clave para la salud alimentaria de la población y la reproducción cultural de formas de sociabilidad densas, justas y equilibradas. Estas circunstancias son consustanciales a eso que venimos en llamar “cultura de mercado”. Este sentido de autonomía y dignidad se ha visto materializado en el Mercat del Ninot desde hace décadas, con la creación en 1933 de la Asociación de Comerciantes, una asociación de comerciantes que ha velado por reunir en una sola voz colectiva los intereses individuales de los comerciantes: “Nuestra asociación ha impulsado muchísimas iniciativas de promoción (sorteos, vales de compra, etc.) así como el mantenimiento y servicio a nuestros fieles clientes. En la remodelación jugamos un papel primordial, ayudados y apoyados en todo momento por el IMMB, debido a que tiene que ser nuestro futuro comercial. Esperamos que la remodelación de nuestro mercado represente un antes y un después





en nuestro devenir comercial, ya que en las infraestructuras comerciales, logísticas, sanitarias, confort, servicios y comodidad esperamos ser un referente en esta ciudad, dentro de la red de mercados de Barcelona” (Eduardo Escofet)³. El Mercat del Ninot quiere seguir siendo el referente comercial y social para el barrio. Esto implica desarrollar todo un abanico de cambios, entre los que destacan, por ejemplo, la construcción de un aparcamiento subterráneo para los clientes más alejados del barrio que se acercan al mercado los fines de semana con sus vehículos privados; la puesta en marcha de un servicio de venta por teléfono e Internet y entrega a domicilio centralizado desde el mercado; la implantación en el nuevo mercado de un establecimiento autoservicio de productos alimentarios y no alimentarios de consumo cotidiano; la integración futura de nuevos profesionales dedicados al mundo de la restauración; una relación si cabe más estrecha con el barrio a través de la promoción de sus productos y valores: (...) “el mercado se ha abierto al barrio, entendiendo que él forma una pieza importante e imprescindible del mismo. Se han generado actividades lúdicas para la

clientela, como un concierto anual de habaneras, un rincón para los niños todos los sábados, llamado Joc i diversió, donde se enseña y entretiene a los niños con juegos y talleres donde los productos del mercado son los protagonistas, mientras los padres compran en el mercado. (...) También se formalizan actividades con las escuelas del barrio, se les da información del mercado a los más pequeños y a los mayores se complementan sus trabajos de créditos de síntesis con el mercado. El mercado ha elaborado un folletín para niños de párvulos, que sirve para hacerles jugar con el mercado” (señor Naval, op.cit). Muchos son los frentes que tiene que





atender un mercado en relación a una clientela y vecindario diverso, plural y en continua transformación. Es verdad que el barrio (Esquerra Eixample) sigue siendo habitado mayoritariamente por vecinos de un nivel de formación y poder adquisitivo medio-alto. Pero también es cierto que una parte de esta población ha ido envejeciendo, reduciendo el valor semanal de su compra. Estos vecinos realizan sus compras de forma más tradicional, en los días intermedios de la semana. Sin embargo, los fines de semana el mercado se llena de familias con niños que buscan la frescura, calidad y atención anteriormente mencionada. Para satisfacer a toda esta clientela, el mercado y su Asociación de Comerciantes han tenido que extender y flexibilizar sus horarios de atención al público. Esto implica sacrificios y enorme esfuerzo para los comerciantes y sus familias. Es por ello importante desarrollar un entorno de regulación comercial urbana que mantenga en parámetros aceptables el equilibrio entre

los esfuerzos y sacrificios de los pequeños comerciantes y su remuneración económica, satisfacción personal y reconocimiento social.

De esta delicada red de equilibrios depende que los comerciantes y sus familias sigan implicados en el futuro del mercado, asegurándose el necesario recambio generacional de los comerciantes con el fin de afianzar en las próximas décadas la continuidad del edificio social que sostiene las conexiones de este emblemático mercado.

Juan Ignacio Robles

*Profesor del Departamento de Antropología Social
Universidad Autónoma de Madrid*

NOTAS

- ¹ Entrevista realizada vía cuestionario escrito, al señor Naval, gerente del Mercat del Ninot.
- ² Señor Naval, op.cit.
- ³ Entrevista realizada vía cuestionario escrito, al señor Eduard Escofet, presidente de la Associació de Comerciants del Mercat del Ninot.